融合文化视角下游戏 IP 跨媒介叙事研究

——以网易《阴阳师》为例

李香帅

（北京印刷学院，北京 102600）

【摘要】新媒体时代，建立跨媒介叙事成为众多 IP 发展和营销的方式，结合亨利·詹金斯的融合文化理论，对网易游戏《阴阳师》的跨媒介叙事进行案例分析，探讨游戏 IP 在跨媒介叙事中的特点，以及粉丝的知识社群对跨媒体叙事所起到的作用，并对《阴阳师》跨媒介叙事体系中的问题提出建议。

【关键词】融合文化；跨媒介叙事；阴阳师；集体智慧

一、研究背景

亨利·詹金斯在他的著作《融合文化：新旧媒介的冲撞》中，通过对现实案例的分析，围绕着媒介融合、参与式文化、跨媒介叙事和集体智慧说明了融合文化理论的内涵。媒介融合不仅仅是媒介技术上的融合改变，还存在于文化层面，包括“新旧媒介碰撞、草根媒介和公司媒介交汇、媒介生产者的权力和媒介消费者的权力互动”[1]。并通过《黑客帝国》系列电影的跨媒介叙事向读者介绍了尽管每种媒介中的故事内容各不相同，但所营造的协同叙事会给消费者带来更好的娱乐性体验，引发消费者主动去不同的媒介叙事中挖掘细节，拼凑“故事宇宙”的碎片，从而提高受众参与度。在各大媒体公司都在积极争取消费者市场的环境下，这种通过跨媒介叙事使受众参与，并赢得受众市场的方式已经成为了众多媒体 IP 发展的选择。

《阴阳师》作为一个国产游戏 IP 在跨媒介叙事上做的比较全面。《阴阳师》是网易公司制作的日式和风回合制 RPG 手游，游戏以《源氏物语》中的平安时代为背景，讲述了阴阳师安倍晴明于人鬼共生、阴阳两界中探寻自身记忆的故事。据艾瑞咨询发布的《2020 年中国游戏 IP 价值研究案例报告》显示，《阴阳师》游戏总用户规模达 1.6 亿人，市场评估价值达 702.2 亿元，早已成为国产手游领域的头部产品[2]。时至今日，《阴阳师》游戏 IP 已经形成了非常庞大且丰富的叙事体系，包含了动漫、电影、剧场演出和一系列衍生游戏，在我国的二次元文化逐渐成为主流亚文化的今天，《阴阳师》的 IP 在丰富的跨媒介叙事中被越来越多的消费者所熟悉，有许多游戏粉丝创作的同人小说、同人漫画作品在社交媒体平台中广为传播。

二、阴阳师的跨媒介叙事体系

互联网多媒体时代背景下，通过不同媒介载体进行内容联动成为常见的宣传方式，很多大的媒体公司认识到建立起自己的跨媒介叙事宇宙对于品牌传播很重要，于是纷纷开始研究

[1] 王蕾.亨利·詹金斯及其融合文化理论分析[J].东南传播,2012(09):11-13.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2012.09.009.

[2] 雷逸慧,于婷婷.从《阴阳师》看国产游戏 IP 跨媒介叙事策略[J].国际品牌观察,2021(14):71-73.

自家媒体 IP 的世界观体系，寻求 IP 开发的可能性。《阴阳师》作为一个 RPG 游戏，可供探索的故事世界较丰富，由此顺势建造起了它的叙事宇宙。

首先是《阴阳师》向影视方向的跨媒介叙事，在 2021 年上映了《阴阳师》的真人电影《侍神令》，对原游戏中的“黑晴明入侵平安京”的故事线索进行详细讲述，通过真人演员对故事中各方情感纠葛的表演，使游戏中的角色形象更丰满立体。在动漫领域，《阴阳师》发挥了作为二次元手游的优势，进行了充分的内容扩展，创作了共四季的《百鬼幼儿园》、两季《没出息的阴阳师一家》和两季《阴阳师·平安物语》一系列动画作品，在哔哩哔哩视频网站均达到了千万级的播放量。其次在同人文化创作上，通过《阴阳师》官方漫画向受众展现游戏角色的生活日常，丰富游戏设定，着重讲述游戏角色之间的故事线，增加跨媒介叙事之间的情感联系。此外线下活动的举办更是拉近了游戏角色与玩家的距离，《阴阳师》的音乐剧《大江山之章》在 9 个城市连演 35 场，场场爆满，音乐剧对游戏情节中的“番外”故事进行展开叙事，将游戏玩家熟悉的鬼切、酒吞童子、茨木童子等一系列原本只在手机屏幕中可见的“式神”与武器装备，都真实呈现在音乐剧的舞台上，“随着音乐剧巡演，《阴阳师》游戏日均在线率也提升了 15%。[3]”在衍生游戏开发上，《阴阳师》也做了很全面的布局，例如《阴阳师·百闻牌》这一卡牌游戏，玩家通过“山兔”这一游戏式神的角度去了解“百鬼夜行”的世界观和众多式神的背后故事。

由《阴阳师》游戏 IP 进行的拓展叙事都是在游戏建立的世界观基础上发生的，不过是展现形式不同，消费者参与方式也不同，多方位的叙事从不同但又相互关联的剧情中加深对游戏角色的认识，建立起消费者和游戏角色之间的情感纽带，从而使其沉浸到《阴阳师》的故事世界中。

三、跨媒介叙事的互文效果

互文要求不同媒介的文本之间能够相呼应，从而达到整体效果。“核心故事是跨媒介叙事的核心，互文性是跨媒介叙事的内在机理，能促成文本在不同平台的转换，最终建构故事世界。[2]”要达到比较好的互文效果，就要求不同媒介中的内容可以连续互补。

詹金斯在谈到跨媒介叙事的七个要点时提到了不同媒介文本之间的“连贯性”，“一些跨媒体系列作品致力于保证所有作品遵循统一原则，保证前后更新的连贯统一，旨在让所有的延伸内容都能尽可能地言之成理。一些则会以某个原始材料为基础，通过改变角色人设，或者对故事进行平行宇宙式的改写来进行再创作。[4]”例如《阴阳师》游戏中主线剧情是一章章推进的，每一章都会介绍一个新式神，章节越往后，主线剧情越深入，由此构成一个平安京的故事。在《阴阳师》的活动剧情中，例如“鬼王之宴”、“海国往事”、“蛇魔入侵”这些不定期活动之间，也存在着叙事的连接，比如游戏角色“八岐大蛇”成为“堕神”，游戏角色“荒”的真实身份之谜等，虽然每次活动都会间隔一段时

[2] 雷逸慧,于婷婷.从《阴阳师》看国产游戏 IP 跨媒介叙事策略[J].国际品牌观察,2021(14):71-73.
[3] 青瞳视角.音乐剧《阴阳师》大江山之章收官 吸引一众游戏玩家.https://baijiahao.baidu.com/s?id=1654320280320240019&wfr=spider&for=pc
[4] 搜狐.南加大来信：未来电影——跨媒介叙事的七个要点.https://www.sohu.com/a/365913078_742063

间，但这些剧情会在每次活动中推进，并引起大量玩家去推理后续剧情、预测结果，提高游戏的沉浸体验。在动漫作品中也对游戏剧情进行了延伸叙述，例如《百鬼幼儿园》里通过“玉藻前”入学百鬼幼儿园后带来的一系列麻烦，呼应了原游戏剧情中式神“玉藻前”到平安京掀起一系列动荡的剧情，让这个游戏人设更丰满。

世界建构（World Building）也是跨媒介叙事七个要点之一 ，在世界建构中，故事源头（Story Origin）是一切的起源[4]，好的故事世界是支撑跨媒介叙事得以成立的基础。以《阴阳师》为例，在游戏剧情中留下了“源氏阴阳师”和“鬼切”、“酒吞”等之间复杂关系的伏笔，而这个伏笔的展开又不适合放在后续游戏剧情，于是成为游戏剧情中留下的线索，在音乐剧《大江山之章》中进行了详细的演绎，使游戏玩家变成剧场观众了解到这些角色之间的背后故事。原故事世界要留有足够的发挥空间，使跨媒介叙事有足够的可钻研性，吸引受众去研究媒介文本中的伏笔和线索。

此外，互文效果的形成要求不同媒介文本要与源文本的内容有所差异，避免产生同质化重复反而降低对受众的吸引力。跨媒介叙事不是单纯的对原故事世界进行改编，而是通过不同内容在不同媒介渠道中形成差异化互补。因为不同的媒介形式对受众会产生不同的刺激点，“如果受众偶然接触某一媒介类型的文本,就有可能被吸引,主动去了解在其他媒介上呈现的相应作品序列,整体叙事版图就被受众逐步感知,叙事体验也随媒介类型的增加而变得丰富起来。[5]”，在《阴阳师》的多平台叙事中，每个媒介中的文本都各有偏重，例如主线游戏更多的是“晴明”找寻记忆，音乐剧更偏重于“大江山三人组”之间的故事支线，动画作品更多的是展示游戏角色们的日常。不同媒介的受众可能产生不同的叙事体验，游戏玩家也可以从丰富的跨媒介叙事中保持对游戏的新鲜感，从而延长游戏 IP 的生命力，增加消费者参与文本的可能性。

四、跨媒介叙事提供粉丝参与文化的纽带

粉丝主动参与是跨媒介叙事的一个特点。詹金斯对参与式文化的研究认为粉丝不再是单纯的“接受者”，也作为媒体文化的“创作者”参与到文本生产中，未来媒体必定会围绕受众展开竞争。而跨媒介叙事则为粉丝提供了更多的参与渠道和可创作空间，建立起 IP 与受众的联系。《阴阳师》鼓励粉丝玩家进行创作，参与到游戏世界中，并且会对粉丝创作的作品进行官方认可。例如游戏角色的典藏皮肤征集活动，官方开展画手间的创作比赛，通过广大玩家的投票决出获胜作品，并使用到《阴阳师》游戏当中。此类活动激励了更多玩家参与到游戏中，提高了用户忠诚度，使游戏官方与粉丝参与创作共同完成跨媒介叙事。

在融合文化时代，粉丝和媒体制作方是相互依存的。通过官方与受众之间的合作，使官方的跨媒介叙事更加符合受众的期待，让叙事变得更加合理，丰富叙事世界的内容。当原文本仍存在大量的可创作空间时，粉丝的参与可以填补这些空白，让官方没有呈现出来的剧情细节可以从粉丝的创作中得到了解，增加整个叙事宇宙的完整度。例如《阴阳师》游戏中式

[4] 搜狐.南加大来信：未来电影——跨媒介叙事的七个要点.https://www.sohu.com/a/365913078_742063
[5] 唐昊,李亦中.媒介 IP 催生跨媒介叙事文本初探[J].民族艺术研究,2015,28(06):126-132.

神“清姬”的故事，在人物传记和游戏剧情中展示的不太详细，就会有玩家粉丝主动去搜“清姬”背后的故事，这样就会对这一角色有更多的理解和情感共鸣，从主动参与中得到对原文本更深的叙事体验。在《阴阳师》音乐剧《大江山之章》演出后，游戏官方推出福利活动，凡是购买音乐剧线下演出票的玩家都可以获得游戏中角色的限定珍藏皮肤，很多人为了角色皮肤会去看线下的剧场演出，从而对这部音乐剧中的叙事内容有更详尽的了解。

媒介融合时代，官方制作者会更加重视与受众之间的交流，受众的反馈意见对他们来说很重要。受众可以通过在网络平台中向官方反馈意见的方式参与到其中，对媒介叙事产生影响作用，可能受众对于剧情的探讨和期望就会影响官方的下一步制作。例如《阴阳师》中喜欢式神角色“荒”的粉丝有很多，但这个角色在游戏中无用武之地，出场机会很少。在粉丝玩家的呼声下，官方活动中就增加了“荒”的故事线，并且专门制作出“少年荒”的动画形象，以此来回应玩家期待，吸引粉丝持续地参与到游戏当中。

同时受众通过了解其他媒介渠道中的内容，促进了不同媒介间受众的相互流动，“消费者能够自由地迁徙在每一个媒介文本之间[6]”，使每种媒介的受众都能有所增加，促使跨媒介叙事的成功。例如《阴阳师》中很多用户会因为对游戏的热爱而去看衍生动画剧集，也有玩家因为玩了《阴阳师》而去玩它的周边 MOBA 游戏《决战！平安京》，从而形成了这些跨媒介文本的粉丝群。

五、集体智慧对游戏 IP 的延伸作用

詹金斯在《融合文化》中的引用皮埃尔·莱维的话来解释集体智慧：“在互联网上，没有人无所不知，但每个人又都各有所长，以前单凭我们自己弄不明白或者做不到的事，现在大家可以聚集到一起共同完成。[7]”单个受众可能无法对跨媒介叙事的全部内容了解全面，但受众之间可以通过粉丝聚集和交流，将自己所知道的部分与他人互换，从而获得更多的叙事内容。这种集体智慧促进了受众对于不同媒介中的叙事文本的了解，也使得受众更加积极地去主动探索自己未知的文本内容。在《阴阳师》游戏的最新活动“终焉之战”中，主线剧情出现了很久之前有关“源氏阴阳师”的内容，在剧情文字互动中，源赖光和鬼切的交流互动会让一些新玩家不理解两个角色之间的关系，这时候知道这段过往剧情的玩家就会在社交平台或游戏的“世界频道”进行背景讲解，使众多玩家可以了解这部分内容。“受众已经不再只是扮演消费者、观众、读者的角色，更多时候他们也是创作者，通过参与互动及创作获取更具沉浸式的深度体验，表达自我看法，强化自我认知。[8]”受众通过参与到创作中，对跨媒介叙事的文本进行交流互动，使叙事宇宙的世界观更完整，拼凑出更多原文本的细枝末节。

受众对叙事内容的交流和互换，也起到了增加不同媒介渠道文本之间联系的作用。当跨媒介叙事宇宙体量变大后，可能官方制作者也无法对每个媒介中的文本进行详细讲述，这就

[6] 徐子颖.跨媒介叙事理论下游戏 IP 的创新策略研究[D].南京师范大学,2021.
[7] 亨利·詹金斯.融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 北京：商务印书馆，2012:61～62.
[8] 郑亚萍.媒介融合视阈下的跨媒介叙事研究[D].西南交通大学,2018.

势必会存在文本和文本之间的“空隙”，这时受众就起到了“粘合剂”的作用。当媒介中的文本内容联系不明显时，受众通过参与创造，将细节补充到叙事文本的内容中，丰富跨媒介舒适的内容。同时受众“知识社群”产生的集体智慧也降低了跨媒介叙事中的某些文本被“边缘化”的风险，“共同的智力活动和情感投入来强化内部的联系，通过共同的成果和互惠的知识交流紧紧地团结在一起，促使每个成员为了共同利益而去寻找新的信息资料，尚没有答案的问题会产生压力。[7]”，在这种“压力”之下，有关原文本的所有内容都会被庞大的受众群所搜寻，即便是不被关注到的一些媒介上的内容也不会被忽视而边缘化。

六、存在的问题和对策

（一）《阴阳师》跨媒介叙事存在的问题

1. 叙事文本缺少创新

在跨媒介叙事中，很重要的一点就是使各个媒介中的文本形成互补，构成完整的故事体系。而缺少创新的叙事文本，会使跨媒介叙事出现同质化的问题，跨媒介的形式也走向单一。《阴阳师》使用最多的跨媒介叙事的方式就是通过新式神的推出，带出一系列的剧情发展，或式神故事的讲述。特别是 2016 年游戏发布的热度期消退以后，推出新式神成了官方留住玩家的主要方式，或者是把式神从“SSR”升级为“SP”，提高稀有度，但长此以往这种方式会让玩家产生疲惫，上一期新出的式神还没抽到又出了新式神，人手都有高阶式神也会降低游戏的可玩性和趣味性。游戏中的新活动剧情文本也缺少创新，从往期活动内容来看，其故事内核都是“打败入侵怪物，拯救平安京”，老套剧情会让玩家缺少新鲜感，减少对跨媒介叙事的期待度和参与度。

2. 消耗受众情感进行产品营销

在跨媒介叙事中，受众会形成情感上的沉浸体验。“随着媒介载体的切换，受众对故事的了解再也不断丰富和加深，从对叙事的沉浸逐渐到润物细无声地被叙事所传递的情感所围。[9]”《阴阳师》从 2016 年发布至今已有 6 年时间，这期间不少玩家用户都已经与游戏形成了深刻的情感联系。但在各种媒介 IP 纷纷寻求跨媒介传播或叙事的现在，这种跨媒介的方式成为了一种快速营销和宣传的路径，游戏官方消耗玩家情感追求产品的营销效果，通过对游戏内容的炒作达到宣传目的，玩家的情感体验逐渐减弱直到被过度消耗。

（二）《阴阳师》跨媒介叙事的提升对策

首先，要建立可探索的开放性故事世界。跨媒介延伸的作品都是对原文本的丰富和完善，这就要求原文本中要有足够的故事线索供跨媒介叙事去发掘。在开放性的故事世界里留下可供受众钻研的内容，从空间时间等不同维度进行叙事，能够让受众参与其中，从而达到延伸叙事文本的目的。同时也要赋予这些跨媒介叙事文本足够的意义，既要有内容的深度，展现出叙事的逻辑性和可信度与受众共鸣，使其能够与原文本产生互文效果，也要有内容上的广度，展现叙事世界的多个侧面，能够被大多数受众所接受。

[7] 亨利•詹金斯.融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 北京：商务印书馆，2012:61～62.
[9] 程砾瑶.融合文化视野下的跨媒介叙事现象研究[D].辽宁师范大学,2021.DOI:10.27212/d.cnki.glnsu.2021.000292.

其次，官方应重视用户反馈，策划品牌活动。在游戏 IP 市场竞争激烈的环境下，要有足够出彩的活动策划打响品牌知名度，扩大衍生叙事文本的参与度。例如《阴阳师》在每个节日期都会推出多种活动，吸引玩家在假期上线，提供日常玩法以外的游戏形式，提高游戏的趣味性。但同时也应注意，活动设计应有足够的记忆点，能满足大部分玩家的需求和期待，在策划内测时根据受众反馈及时调整，把握好玩家注意力。

参考文献：

——期刊文章

[1] 王蕾.亨利·詹金斯及其融合文化理论分析[J].东南传播,2012(09):11-13.DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2012.09.009.

[2] 雷逸慧,于婷婷.从《阴阳师》看国产游戏 IP 跨媒介叙事策略[J].国际品牌观察,2021(14):71-73.

[3] 青瞳视角.音乐剧《阴阳师》大江山之章收官 吸引一众游戏玩家.https://baijiahao.baidu.com/s?id=1654320280320240019&wfr=spider&for=pc

[4] 搜狐.南加大来信：未来电影——跨媒介叙事的七个要点.https://www.sohu.com/a/365913078_742063

[5] 唐昊,李亦中.媒介 IP 催生跨媒介叙事文本初探[J].民族艺术研究,2015,28(06):126-132.

[6] 徐子颖.跨媒介叙事理论下游戏 IP 的创新策略研究[D].南京师范大学,2021.

[7] 亨利·詹金斯.融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 北京：商务印书馆，2012:61～62.

[8] 郑亚萍.媒介融合视阈下的跨媒介叙事研究[D].西南交通大学,2018.

[9] 程砾瑶.融合文化视野下的跨媒介叙事现象研究[D].辽宁师范大学,2021.DOI:10.27212/d.cnki.glnsu.2021.000292.